

**A STUDY ON IMPLICATURE IN CONDOM COMMERCIALS
USING RELEVANCE THEORY**

THESIS

**BY
JEFRI SATRIA PAMUNGKAS
NIM 0911110192**



**STUDY PROGRAM OF ENGLISH
DEPARTMENT OF LANGUAGES AND LITERATURE
FACULTY OF CULTURAL STUDIES
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
2014**

ABSTRACT

Pamungkas, Jefri Satria. 2014. **A Study on Implicature in Condom Commercials Using Relevance Theory**. Study Program of English, Universitas Brawijaya. Supervisor: Lalu Merdi ; Co-supervisor: Yana Shanti Manipuspika.

Keywords: Condom Commercials, Relevance, Explicature, Higher-level Explicature, Implicature

Condom commercials broadcasted in Indonesian television have uniqueness in delivering the messages. This phenomenon has encouraged the writer to analyze the implicature used in condom commercials. Pragmatic approach especially the theory of relevance is applied in this study. This study aims at analyzing the implicature used in condom commercials using relevance theory derived from explicature, higher level explicature, and implicature.

The data source of this study was condom commercials broadcasted in Indonesian television. There were 13 data taken from 5 Sutra condom commercials, 7 Fiesta condom commercials, and 1 Durex condom commercial. The writer used qualitative approach with document analysis to analyze the relevance.

This study revealed that in uncovering the implicature used in condom commercials, three stage processes were done. Explicature is used to give detailed explanation about the utterances uttered by the speakers helped by the context. In this study, the explicating process was derived via reference assignment and bridging. Deriving higher-level explicature is needed to find the propositional attitude toward the speakers' utterances by analyzing non-linguistic aspects where in this study tone voice is used by the speakers. Deriving the implicature requires the viewers' knowledge and the most suitable context which are represented in implicit premises that are constructed based on the context and implicated conclusion obtained by drawing conclusion from the whole process. It can be inferred that the implicit meaning coming from condom commercials are about introducing the products with their characteristics or specialties which differ from other competitors. The message about the importance of using condom before having sexual activities are also delivered by the advertisers. It is concluded that explicature, higher-level explicature, and implicature are interpreted by drawing inferences retrieved from the context, background knowledge, and assumptions.

The next writers are recommended that they conduct similar studies about relevance theory with different objects such as cigarette and birth pill control commercials broadcasted on television. The writer also suggests the television viewers understand deeply the message delivered in television commercials.

ABSTRAK

Pamungkas, Jefri Satria. 2014. **Kajian Implikatur Dalam Iklan Kondom Menggunakan Teori Relevansi**. Program Studi Sastra Inggris, Universitas Brawijaya. Pembimbing: (1) Lalu Merdi, (2) Yana Shanti Manipuspika.

Kata Kunci: Iklan Kondom, Relevansi, Eksplikatur, Implikatur Yang Lebih Tinggi, Implikatur

Iklan kondom yang ditayangkan di Indonesia memiliki keunikan dalam menyampaikan pesan. Hal inilah yang mendorong penulis untuk menganalisa implikatur yang digunakan di iklan kondom. Pendekatan pragmatik terutama teori relevansi digunakan di dalam kajian ini. Kajian ini bertujuan untuk menganalisa implikatur dalam iklan kondom menggunakan teori relevansi melalui eksplikatur, eksplikatur yang lebih tinggi, dan implikatur.

Sumber data kajian ini adalah iklan kondom yang ditayangkan di televisi Indonesia. Terdapat 13 data yang berasal dari 5 iklan kondom Sutra, 7 iklan kondom Fiesta, dan 1 iklan kondom Durex. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan model analisa dokumen untuk menganalisa relevansi.

Kajian ini menunjukkan bahwa dalam menemukan relevansi yang digunakan dalam iklan kondom dilakukan melalui tiga tahap. Eksplikatur digunakan untuk memberi penjelasan mendetail mengenai ujaran yang diujarkan oleh pembicara yang dibantu oleh konteks. Dalam studi ini, proses penjabaran ujaran dilakukan melalui konteks rujukan dan penghubung. eksplikatur yang lebih tinggi diperlukan untuk menemukan maksud sikap ujaran pembicara yang sesungguhnya dengan menganalisa aspek non-linguistik dalam studi ini nada bicara yang digunakan oleh pembicara. Implikatur membutuhkan pengetahuan dari penonton serta konteks yang paling sesuai yang direpresentasikan dalam premis tersirat, yang digagas berdasarkan konteks, serta kesimpulan tersirat, yang diperoleh dengan membuat kesimpulan dari seluruh proses. Dapat disimpulkan bahwa makna tersirat dalam iklan kondom mengenai pengenalan produk dengan karakteristik dan kekhasan yang membedakan dengan produk pesaing lainnya. Pesan akan pentingnya menggunakan kondom sebelum melakukan hubungan intim juga disampaikan oleh pengiklan. Dapat disimpulkan bahwa eksplikatur, eksplikatur yang lebih tinggi dan implikatur dipahami dengan membuat kesimpulan yang diperoleh dari konteks, pengetahuan dasar, serta asumsi – asumsi.

Penulis selanjutnya disarankan untuk melakukan kajian yang sama mengenai teori relevansi dengan objek yang berbeda seperti iklan rokok maupun iklan pil KB di televisi. Penulis juga menganjurkan kepada penonton televisi untuk memahami dengan dalam pesan yang disampaikan dalam iklan di televisi.

REFERENCES

- Akmajian, Adrian, Demers, Richard A, Farmer, Anna K. (2010). *An Introduction to Language and Communication Sixth Edition*. Cambridge: The MIT Press
- Arens, William F. (2005). *Contemporary Advertising*. New York: Mc. Graw-Hill Irwin.
- Ary, Donald, Lucy C.J., Razavieh, Ashgar. (2002). *Introduction to Research in Education Sixth Edition*. California: Wadsworth.
- Belch, George E, Belch, Michael A. (2001). *Advertising And Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective Sixth Edition*. New York: Mc. Graw-Hill Irwin.
- Children's Health Condom. (2013). Retrieved March 7 2013, from <http://www.avert.org/condom.htm>.
- Crystal, D. (1993). *The Cambridge Encyclopedia Of Language*. Melbourne: University of Cambridge.
- Durex Indonesia. (n.d.). Retrieved February 22 2013, from <http://www.facebook.com/Durex.Id/info>.
- Fiesta Safety Can Be Fun. (n.d.). Retrieved February 22 2013, from <http://www.facebook.com/FiestaCondomsIndo/info>.
- Grundy, Peter. (2000). *Doing Pragmatics Second Edition*. New York: Oxford University Press.

Kondom Sutra. (n.d.) Retrieved February 22 2013, from <http://www.facebook.com/KondomSutraIndo/info>.

Levinson, C. Stephen. (1983). *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press. Mey, Jacob L. (2001). *Pragmatics: An Introduction*. Oxford: Blackwell.

Orang Indonesia 4,5 Jam Menonton TV Tiap Hari. (2013). Retrieved March 27 2013, from <http://www.beritasatu.com/budaya/19641.html>.

Osunbade, Niyi (2009). Explicatures in Conversational Discourse in Adichie's Purple Hibiscus. *Nordic Journal of African Studies* vol 18 (2).

Rahardjo, Mudjia. (2012). *Triangulasi Dalam Penelitian Kualitatif*. Retrieved April 29 2013, from <http://mudjiarahardjo.com/artikel/270.html?task=view>.

Sperber, Dan and Wilson, Deidre. (1995). *Relevance Communication And Cognition*. Oxford: Blackwell.

The ABC of HIV AIDS Prevention. (2013). Retrieved March 5 2013, from <http://www.avert.org/abc-hiv.htm>.

Vidyasari, Herlin. (2011). *Pragmatic Study On Relevance Applied In Ebes Ngalam Coloumn Of Malang Post*. Unpublished thesis: Universitas Brawijaya.

What Are Condoms? How To Use A Condom?. (2009). Retrieved February 18 2013, from <http://medicalnewstoday.com>.

Wulansari, Aji Tia. (2010). *An Analysis of Implicature Using Relevance Theory In On-Line Conversation On Yahoo! Messenger*. Unpublished thesis: Universitas Brawijaya.

Yule, George. (1996). *Pragmatics*. New York: Oxford University Press.